

**Plan de Responsabilidad Social Empresarial**  
**García Constructores S.A.S**

**Yomira Esperanza Ávila**  
**Maira Alejandra Castrillón**  
**Angélica Guevara**  
**Viviana Alejandra Puerta**  
**Jonatán Barrera Mendoza**

**Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD**  
**Escuela de Ciencias Administrativas Contables, Económicas y de Negocios - ECACEN**  
**Administración de Empresas**  
**Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social**  
**Empresarial**  
**Julio 2019**

**Plan de Responsabilidad Social Empresarial  
García Constructores S.A.S**

**Grupo 101008\_15:**

**Yomira Esperanza Ávila  
Maira Alejandra Castrillón  
Angélica Guevara  
Viviana Alejandra Puerta  
Jonatán Barrera Mendoza**

**Dr. Víctor Alfonso Escobar  
Asesor**

**Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD  
Escuela Ciencias Administrativas Contables, Económicas y de Negocios. - ECACEN  
Administración de Empresas  
Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social  
Empresarial.  
Julio 2019**

## Tabla de Contenido

Resumen .....	6
Palabras claves .....	6
Abstract .....	7
Key words.....	7
Introducción .....	8
Objetivos .....	9
1. Garcia Constructores S.A.S.....	10
1.1. Direccionamiento estratégico (Misión, Visión, Valores).....	10
Misión.....	10
Visión .....	10
Valores .....	10
1.2 Justificación del Plan de Responsabilidad Social Empresarial .....	11
2. Código de Conducta .....	12
2.1 Modelo Gerencial de Inclusion .....	12
2.2 Guía e iniciativa mundial aplicada para la construcción del código de conducta .....	13
2.3 Código de Conducta García Constructores S.A.S .....	13
2.4 Recursos financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta .....	17
3. Stakeholders .....	18
3.1 Definición de los Stakeholders.....	18
4. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial .....	23
4.1 Plan de comunicaciones .....	27
4.2 Recomendaciones del modelo de informe RSE .....	28
5. Conclusiones .....	29
6. Bibliografía.....	30
Anexos	

## **Lista de Tablas**

Tabla 1. Presupuesto de inversión.....	18
Tabla 2. Plan de RSE para García Constructores S.A.S .....	23
Tabla 3. Plan de comunicaciones a los stakeholders de García Constructores S.A.S.....	27

## **Lista de figuras**

Figura 1. Mapa genérico de stakeholders de García Constructores S.A.S.....	19
Figura 2. Matriz de Influencia e Impacto de los Stakeholders de García Constructores S.A.S. .	22

## **Resumen**

El presente trabajo describe el análisis estratégico que ha realizado la empresa García Constructores S.A.S para la elaboración de el plan de responsabilidad social empresarial, así mismo se realiza el código de conducta, que ayuda a establecer deberes que deben cumplir los empleados de la empresa para evitar conflictos y despidos de la misma.

En este podemos observar la identificación de Stakeholders ('interesado' o 'parte interesada') de la compañía, de los cuales podemos encontrar, Los colaboradores, consumidores, distribuidores, socios, inversionistas, entidades públicas, organizaciones no gubernamentales, la comunidad y la sociedad en general. Logrando así realizar el plan de responsabilidad social empresarial de García Constructores S.A.S.

Es de vital importancia la misión, visión y objetivos de la organización ya que se requiere para que la empresa cumpla sus metas establecidas, logrando ser líder en servicio en la zona del departamento del Meta y sus alrededores, brindándoles a los usuarios una rentabilidad social, económica y un servicio y producto de calidad.

## **Palabras clave**

Stakeholders, código de conducta, plan de responsabilidad social empresarial, impacto económico, análisis estratégico.

## **Abstract**

This paper describes the strategic analysis carried out by the company Garcia Constructores S.A.S for the preparation of the corporate social responsibility plan, as well as the code of conduct, which helps establish duties to be met by employees of the company to avoid conflicts and dismissals of the same.

In which we can observe the identification of Stakeholders ('interested' or 'interested party') of the company, which we can find, Employees, customers, suppliers, shareholders, investors, public entities, organizations non-governmental organizations, trade unions, civil organizations, the community and society in general. Thus achieving the corporate social responsibility plan of Garcia Constructores S.A.S.

It is vitally important the mission, vision and objectives of the organization since it is required for the company to meet its established goals, becoming a leader in service in the area of Meta department and its surroundings, providing users with a social return, economic and a quality service and product

## **Key words**

Stakeholders, code of conduct, corporate social responsibility plan, economic impact, strategic analysis.

## **Introducción**

En el presente trabajo, se profundizó en el tema de responsabilidad social empresarial (RSE), como parte de la estrategia y gerencia organizacional de la empresa, donde se efectuó el plan de (RSE), teniendo en cuenta y tipificación aquellos impactos económicos, sociales y ambientales fundados por la compañía García Constructores S.A.S, esta empresa se dedica a la construcción de obras civiles, urbanización, loteo, y venta de viviendas, incluyendo obras de urbanismo, y fue elegida como caso a estudiar por el interés a aportar y proponer estrategias y metodologías que permitan un mejor desarrollo en las acciones y cumplimiento de la misión, mostrando así un creciente interés por la RSE y generando un beneficio social, económico y ambiental para la comunidad.

El estudio inicio identificando cual es el direccionamiento estratégico que tiene la compañía, lo cual nos permitió considerar y evaluar la práctica en cuanto a los sectores económico, social y ambiental y al mismo tiempo justificar la necesidad de implementar un plan de RSE. Por otra parte, se diseñó el código de conducta, que permite prevenir y resolver conflictos, establecer lineamientos básicos, deberes y obligaciones de quienes colaboran en la empresa.

Finalizando con la elaboración del plan de RSE “que es el compromiso voluntario asumido por la empresa de contribuir al desarrollo social sustentable.” Se creó una perspectiva, que reflexiona sobre varios elementos y relaciones de la estructura de la organización. Para así poder identificar las necesidades que habitan entorno a la compañía, determinar estrategias y seleccionarlás, aplicarlas y evaluar así los resultados derivados de dichas validaciones, lo cual genero el modelo de gestión que permite a la compañía incorporar a su planificación estratégica, un plan de herramientas para responder a los Stakeholders o grupos de interés, quienes harán parte de la toma de decisiones institucionales, buscando alcanzar siempre la excelencia.



## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Crear el plan de RSE de la compañía García Constructores S.A.S.

### **Objetivo Específico**

- Proponer una empresa que permita la elaboración del plan de RSE
- Redactar el código de conducta de la empresa García Constructores S.A.S.
- Realizar un video de contextualización sobre RSE marketing social vs Marketing Corporativo.
- Plantear el mapa único de Stakeholders de la compañía García Constructores S.A.S.
- Elaborar el plan de acción con las estrategias que le permitan a la empresa García Constructores S.A.S. posicionarse en el mercado como una organización social y ambientalmente responsable.

## **1. García Constructores S.A.S**

La empresa Gracia Constructores S.A.S. comenzó labores en el año 2013 y desde entonces se ha dedicado a “la construcción de obras civiles, urbanización, loteo, y venta de viviendas, incluyendo obras de urbanismo.” Caracterizada por; ser una organización innovadora permanentemente el desarrollo de todos sus contratos y actividades, garantizando el cumplimiento de sus contratos y los niveles más altos de bienestar laboral, mental y social de sus colaboradores, cuidando el medio ambiente y el posible impacto social que esta representa ante la región.

### **1.1. Direccionamiento Estratégico (Misión, Visión, Valores).**

#### **Misión**

García Constructores S.A.S. es una empresa familiar con más de 6 años de actividad latente en el mercado, que se dedica a la fábrica de proyectos de construcción, urbanización y obras civiles, en el sector privado, cuyo cometido es satisfacer las necesidades de los clientes durante todo el proceso desde el inicio hasta el fin de cada proyecto, cumpliendo siempre con los plazos fijados y estándares de calidad, para con los clientes buscando siempre la satisfacción del mercado.

#### **Visión**

Ser en el 2022 la empresa constructora de referencia en la región del ariari y en el departamento del meta, encabezando el mercado por la entrega de calidad y responsabilidad en nuestros servicio, dando cumpliendo a todos los servicios y trabajos encomendados por nuestros clientes, logrando un óptimo clima laboral que haga sentir a los empleados un inmenso orgullo por pertenecer a la compañía.

#### **Valores**

- **Íntegros:** Velamos por la integridad de todos nuestros colaboradores y todas nuestras relaciones.
- **Serviciales:** Somos comprometidos a la hora de satisfacer a nuestros clientes y grupos de interés.

- **Innovadores:** Nos destacamos por ser innovadores y generar nuevas obras arquitectónicas.
- **Respetuosos:** Valoramos a las personas, las comunidades y el medio ambiente.

## **1.2. Justificación del Plan de RSE Empresa García Constructores S.A.S**

Teniendo en cuenta que la responsabilidad social de la empresa es esencialmente un componente donde las empresas deciden, de manera voluntaria, contribuir a la prosperidad económica y mejorar una sociedad y también la implementación de principios para el cuidado del medio ambiente.

La empresa García Constructores S.A.S. Es una empresa dedicada a la fábrica de proyectos de construcción, urbanización y obra civil, debe tener un plan de responsabilidad social para contribuir al desarrollo y bienestar local, donde refleje el compromiso ambiental, social y económico en las acciones realizadas. Porque la poca implementación de RSE en estas tres áreas, ha traído problemáticas de alto impacto principalmente en los usuarios, y por consiguiente inconformidad de los clientes, con los servicios recibidos por esta organización.

De tal modo que esto ha creado conflicto, desconfianza entre las partes involucradas usuario-empresa. De manera que a la falta de sus compromisos éticos y objetos pactados en el direccionamiento estratégico de esta y la falta de organización e inversión, innovación y estrategias inversas para el mejoramiento continuo, prevención y cuidado del medio ambiente seguridad en el trabajo, y falta de marketing responsable se identifica la necesidad de diseñar un plan de RSE.

Para beneficios directos y así lograr la implementación de un sistema de gestión de RSE para contribuir de forma positiva al cumplimiento del direccionamiento estratégico de García Constructores S.A.S.

## **2. Código de Conducta**

“El código de conducta de la empresa García Constructores S.A.S. es una declaración formal en donde se registraron los valores y estándares éticos de la compañía y su organización. Donde nos enfocamos en diseñar y establecer el tipo de normas de comportamiento en términos de Responsabilidad Social Empresarial.”

### **2.1. Modelo gerencial de Inclusión**

Para el diseño del código de conducta de la empresa García Constructores S.A.S, se estableció trabajar con el modelo gerencial de inclusión que “nos permite equiparar las insuficiencias y perspectivas de los clientes, los requisitos del producto o servicio, la entrega el producto terminado o la prestación de servicio y se mantiene comunicación externa con el cliente, atendiendo incluso sus quejas y reclamos y finalmente se retroalimenta o se toma en cuenta la percepción del cliente.”

Este modelo nos permite atender oportunamente las necesidades de los clientes, por medio de la comunicación exterior (quejas y reclamos), para reducir riesgos, tomar mejores decisiones, Contribuye a la eficiencia y consecuentemente, a la obtención de resultados fiables para la empresa. A su vez le ayuda a la organización a identificar nuevas oportunidades para el desarrollo de proyectos enfocados al mejoramiento continuo de la calidad de los servicios que presta en la localidad.

A través de las necesidades expuestas por los usuarios se le facilita a la empresa gestionar estrategias que generen desarrollo ambiental, económico y social para cumplir con los objetivos propuestos y los compromisos pactados para tener un desarrollo exitoso integral por otro lado detectar las oportunidades para reducir riesgos e implementar las medidas correctivas, controlar y evaluar las acciones aplicadas internas y externas en los métodos estratégicos, así la compañía mejora la gestión de los residuos y mejora la utilización de los recursos logrando disminuir costos ganando así ventaja competitiva para el cumplimiento de sus metas.

## **2.2. Guía e iniciativa mundial aplicada para la construcción del código de conducta.**

Proveedores; tipo de ley código comercial para el atender el comercio justo

Trabajadores; tipo de ley código laboral atiende el equilibrio laboral

Clientes: tipo de ley transparencia atiende código de ética.

## **2.3. Código de conducta García Constructores S.A.S**

A continuación, se describen las principales actuaciones que se deben, tener en cuenta para el cumplimiento de la cultura organizacional de García Constructores S.A.S, expone su compromiso, estableciendo normas de conducta que garantice nuestras acciones acerca del impacto económico, social y ambiental promoviendo con responsabilidad buenas prácticas dentro y fuera de la empresa con el fin de garantizar un desarrollo exitoso.

### **Confidencialidad.**

La información de la empresa, bienes tangibles e intangibles son de uso exclusivo, por lo tanto, las personas que laboren en cualquier área de esta deben manejar dichos activos de manera transparente y responsable sin violar la integridad de alguien tanto a nivel interno como externo.

Confidencialidad en la información del cliente, cualquier información que la empresa tenga de usuarios o clientes no se permite divulgar o compartir.

### **Conflictos de intereses.**

Se entiende por conflicto o interés las actuaciones que conducen a satisfacer intereses personales, por cual es considerado como negativa a los intereses de la empresa.

**Empleados:** Todo empleado debe conocer las políticas de la Empresa; no puede ser empleado, o proporcionar de algún otro modo servicios ni recibir pagos, de cualquier cliente, proveedor o competidor de la Empresa

Los empleados no pueden usar el tiempo de trabajo, ni recursos de la empresa para beneficio propio o de terceros.

Es prohibido para los trabajadores recibir beneficios tangibles o intangibles, como resultado de manejo inapropiado de información, equipos o cualquier otro elemento que se considere propiedad de la empresa.

No se permiten el irrespeto ni relaciones interpersonales por parte de trabajadores alternos o subalternos dentro del sitio de trabajo en ninguna área.

Los trabajadores deben cumplir con el manejo adecuado de los horarios uniformes, herramientas de trabajo que sean asignados.

Se prohíbe el uso de elementos en las instalaciones de la empresa como armas o cualquier otro que pueda hacer daño.

**Clientes:** no se trabaja si existe conflicto de interés entre el cliente o con lo de la empresa.

Proveedores: cumplimiento acuerdos pactados.

### **Conducta interna**

García Constructores S.A.S. debe cumplir con la construcción de proyectos de arquitectura, urbanización y obras civiles, bajo los parámetros de confiabilidad, calidad y eficiencia.

Realizar de manera periódica mantenimiento de redes y equipos que asegure la calidad del servicio a los clientes.

Atender las quejas y reclamos de manera inmediata para solucionar las inconformidades de los usuarios siguiendo los valores y principios que los rigen.

Propone realizar actividades que les permitan a los trabajadores opinar, tomar decisiones de forma que cumplan objetivos en la empresa y de manera personal.

Realizar trabajos fundamentados en las buenas prácticas de conservación y protección al medio ambiente.

Realizar contrataciones de trabajadores cumpliendo las normas y requisitos que rige el costo sustantivo del trabajo.

Generar ambientes de trabajo agradables para todas las áreas de trabajo, dando oportunidad a mejor calidad de vida y motivación continua para incrementar la productividad y mejorar la calidad del servicio tanto para clientes, proveedores y empleados.

#### **Cumplimiento de leyes y reglamentaciones locales.**

Realizar procedimientos, prácticas y trabajos cumpliendo con las leyes que rigen dicha población.

Cumplimiento, equidad y lealtad con los usuarios ya que no está permitido incumplir leyes.

Respetar ideas, expresiones y lenguajes de los diferentes empleados de la empresa de acuerdo con las normas de convivencia.

#### **Favores comerciales / regalos / entretenimiento.**

No se presta la imagen de la empresa para diferentes actos políticos, o de beneficio propio, juegos o engaños a las personas, no es permitido la corrupción y fraudes.

García Constructores S.A.S. prohíbe a sus trabajadores realizar cualquier tipo de acuerdo con el fin de recibir para beneficio personal, algún tipo de detalle o dinero en compensación de servicios o fraudes que involucren la buena imagen de la empresa.

### **Contratación de familiares**

La organización realizará la contratación de trabajadores siguiendo las normas establecidas bajo los principios y valores del código, por lo tanto, cualquier persona contratada tendrá que cumplir los requisitos exigidos para tal labor, sin excepción de ninguna índole.

Sobornos.

La relación de los trabajadores de García Constructores S.A.S. Se fundamenta en valores, honestidad y transparencia por lo que la Empresa rechaza todo tipo de práctica relacionada con recibir algún tipo de pago de algún usuario o cliente, contando que el servicio que se les presta a ellos tiene que ser mejor manteniendo una conducta apropiada que no atente contra la moral y las buenas costumbres, esta acción será causal de suspensión de la relación laboral o comercial con la empresa.

### **Información a terceros**

Seguridad / higiene / lugar de trabajo Tener las prestaciones en dotación y su máquina en excelente estado ya la seguridad de sus trabajadores y en los oficios que realizan en los diferentes servicios que prestan a la comunidad del Meta.

En caso de que la empresa no realice las dotaciones de acuerdo con la ley el empleador está en su derecho de hacer cumplirlo ya que está vulnerando un deber que tiene la empresa con cada uno de los trabajadores.

Los establecimientos de la empresa deben estar en una buena higiene ya que debe evitar la contaminación, así mismo cuando se realizan las diferentes actividades. En caso de que se realicen quejas por falta de un buen funcionamiento se realizara investigaciones las cuales pueden causar despido de la empresa.

### **Política / religión**

García Constructores S.A.S. Valora y manifiesta el respeto hacia sus colaboradores, rechazando toda situación de intimidación o irrespeto que atente contra la dignidad de las



personas sea trabajador o cliente, no tiene por qué atentarte contra la libertad, orden político religión de las personas, García Constructores S.A.S. Desaprueba todo este tipo de malas acciones discriminatorias y humillantes así sus semejantes.

### **Medio Ambiente**

Somos una empresa comprometida a desarrollar buenas prácticas ambientales en la prevención, conservación del medio ambiente con el manejo e implementación de productos amigables disponibles en el mercado así mismo cumpliendo con los requisitos legales para uso promover el uso eficiente de los recursos naturales.

### **La sociedad**

Con la sociedad implementamos estrategias para fomentar la cultura organizacional contribuyendo con las buenas prácticas para el manejo de basuras, agua y demás servicios que ofrecemos para contribuir con el crecimiento sostenible de la región.

## **2.4. Recursos financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta**

Para la elaboración del Código de conducta de la empresa García Constructores S.A.S, se estudia a profundidad distintas facetas de las actividades que desarrolla la compañía y los costos y gastos que cada una de esas actividades acarrea de forma premonitoria, con el propósito de gestionar recursos y las diferentes autorizaciones ante la Gerencia General y entes encargados para cada actividad y de esta forma se proyecta económicamente a la empresa.

En la tabla 1, se presenta la propuesta de inversión

*Tabla 1. Presupuesto de inversión*

<b>Ítem</b>	<b>Descripción materiales</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cant.</b>	<b>v/unitario</b>	<b>v/ total</b>
1	arriendo mensual de oficina para reuniones	Unidad	1	\$ 600.000	\$ 600.000
2	compra de papel y suministros varios para oficina	Unidad	1	\$ 780.000	\$ 780.000
3	honorarios por concepto de servicio profesional para realización de código de ética	Horas	300	\$ 16.000	\$4.800.000
4	pago de servicios básicos (agua, luz, internet)	Global	1	\$ 400.000	\$ 400.000
5	Pago por impresión y publicidad de cogido de conducta.	Global	1	\$ 80.000	\$ 80.000
6	pagos realizados por concepto de otros servicios	Global	1	\$ 200.000	\$ 200.000

*La tabla 1 muestra el detalle del presupuesto de inversión, requerido para la planificación y desarrollo del código de conducta de la empresa García Constructores S.A.S*

*Fuente: Elaboración propia*

### 3. Stakeholders

“Stakeholders, es una palabra en ingles que traducida en nuestro idioma significa: “participante”, “inversor”, “accionista”. Y en el entorno laboral este término es utilizado para referirnos a aquellos grupos de interés que tiene la compañía.”

#### 3.1 Descripción de los Stakeholders

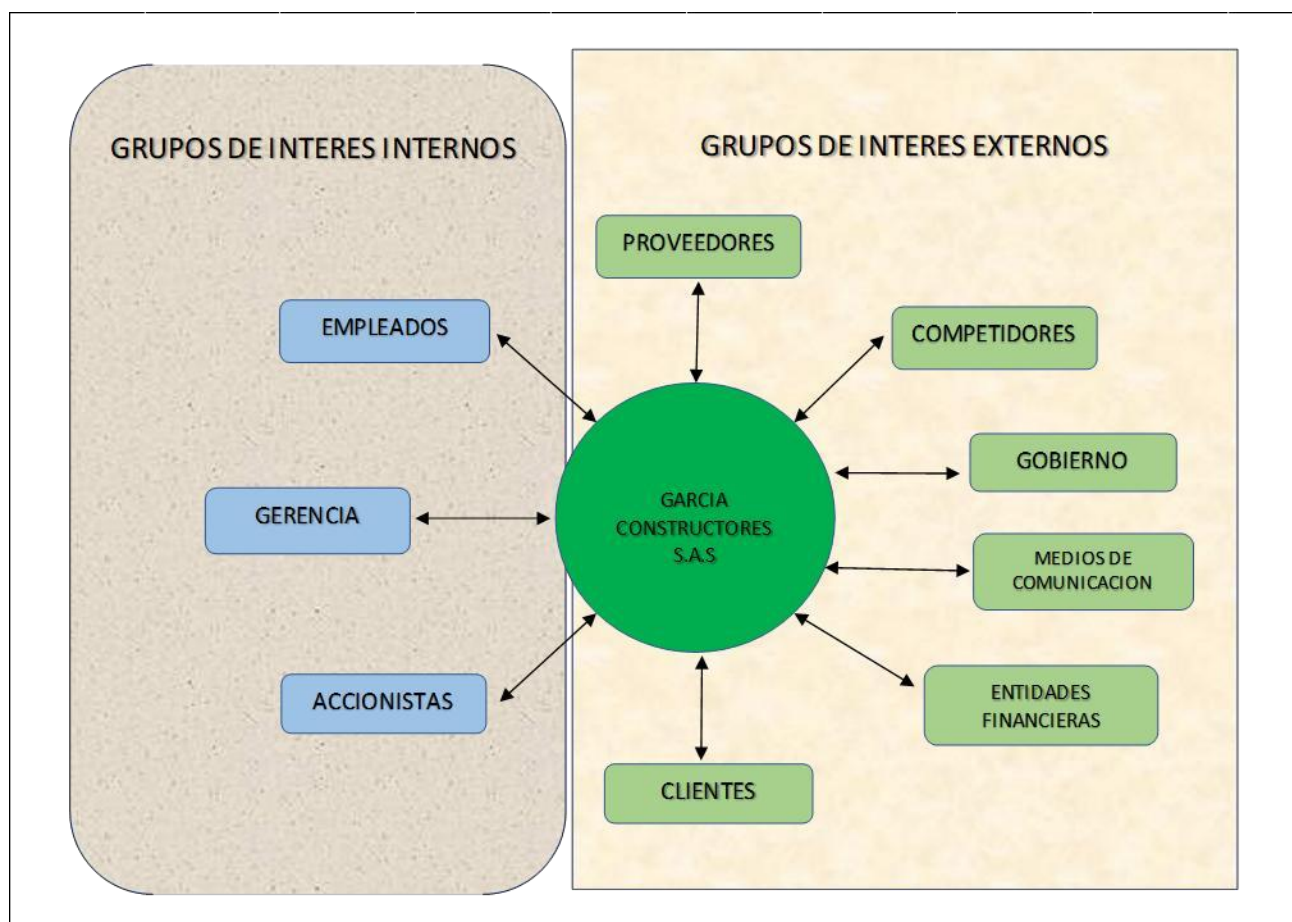
En términos simples, los Stakeholders son aquellas personas jurídicas o naturales que de alguna u otra manera participan o se ven beneficiadas por la compañía, y son justamente estos “entes” o “personas” las que pueden verse afectadas por la toma de decisiones que pueda adaptar la empresa, ya sea que afecte de forma positiva o negativa. Como lo son por ejemplo los propietarios, empleados, clientes, proveedores, entre otros. Y es así como se forman estos grupos de Stakeholders o grupos de interés.

Del libro fundamentos de la dirección estratégica, (2009) los autores Jeffrey s. Harrison y caron h. st. John, “nos diferencian ambos conceptos: Se distingue entre grupos de interés internos y externos: Los Internos incluyen accionistas, directivos y trabajadores (empleados).

Los Externos a los clientes, proveedores, entidades financieras, sindicatos, comunidad local, organizaciones sociales, etc.”

### Mapa genérico de la empresa García Constructores S.A.S.

Figura 1. Mapa genérico de Stakeholders de la empresa García Constructores S.A.S



La figura 1, muestra el mapa genérico de Stakeholders de la empresa García Constructores S.A.S

Fuente: Elaboración propia

## **Definición de los Stakeholders de la empresa García Constructores S.A.S**

Stoner, Freeman y Gilbert (2000) señalan en el libro de Administración que:

### **“Los Grupos de interés externos**

- Consumidores o clientes: intercambian recursos por los productos y servicios de la organización.
- Proveedores: las organizaciones dependen de proveedores de materias primas y tratan de sacar provecho de la competencia entre estos para conseguir, por ejemplo, precios más bajos.
- Gobierno: puede regular a las organizaciones para proteger los intereses públicos y garantizar el respeto de los principios del libre mercado.
- Medios de comunicación: se hacen eco de las actividades y economía de la empresa, informando a todos los interesados. Además, ahora la cobertura es más amplia gracias al avance de las tecnologías. En ese sentido, las organizaciones han creado departamentos de Comunicación y Relaciones Públicas con el objetivo de mejorar su comunicación con el público interno y externo.
- Instituciones financieras: las buenas relaciones de trabajo con las instituciones financieras son importantes, ya que estas les suministran fondos a las organizaciones para mantener y extender sus actividades.
- Competidores: las organizaciones deben analizar y estudiar a sus competidores para establecer una estrategia de negocio que les permita satisfacer la demanda de los consumidores de mejor forma que sus competidores.

## **Grupos de interés internos**

- Empleados: este grupo de interés está cambiando en la actualidad. Debido al incremento en el nivel de formación de los empleados de las organizaciones, estos son más exigentes en cuanto a la argumentación de las órdenes, instrucciones o recomendaciones. Además, los aportes que pueden ofrecer son mayores, pero también lo son sus niveles de crítica y descontento.
- Accionistas: la satisfacción de los accionistas de la organización es fundamental para su desarrollo. Esta se logra consiguiendo unas ganancias que les permitan mantener al mismo tiempo un nivel de liquidez de su inversión y la proyección de unas ganancias de capital.
- Gerencia: además de la responsabilidad de mantener a sus trabajadores. La gerencia, en su esfuerzo por conseguir una máxima rentabilidad, formula e implanta estrategias que afectan claramente a la economía nacional y a la sociedad en general.”

## **Matriz de relaciones García Constructores S.A.S y los Stakeholders.**

Barreto, P. (2016) Matriz de Stakeholders – Guía Recuperado de <https://es.scribd.com/document/115067065/Matriz-de-Stakeholders-Guia> “La matriz de Stakeholders es una herramienta que se utiliza para recopilar, clasificar, analizar y jerarquizar de manera sistemática información cualitativa y cuantitativa referente a todas aquellas personas, instituciones u organizaciones involucradas o interesadas en el proyecto, lo que permite determinar los intereses particulares que deben tenerse en cuenta a lo largo del proyecto.

La utilización de esta herramienta de análisis permite clasificar a los involucrados en el proyecto según sus niveles de interés y poder sobre él, lo que facilita la priorización de los Stakeholders más importantes para desarrollar así las estrategias de gestión correspondientes.”

Figura 2. Matriz de Influencia e Impacto de los Stakeholders de la empresa García Constructores S.A.S



La figura 2, muestra la matriz de relaciones de influencia vs impacto, entre García Constructores S.A.S y sus Stakeholders.

Fuente: Elaboración propia

#### 4. Propuesta Plan de responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Para la presentación de nuestro plan de RSE nos enfocaremos en el desarrollo de un plan estratégico teniendo en cuenta nuestros Stakeholders y tres pilares fundamentales: La dimensión social, económica y ambiental, con el fin de generar beneficios internos y externos.

El siguiente es el plan de RSE, propuesto para la empresa García Constructores S.A.S

## Plan de Responsabilidad Social Empresarial García Constructores S.A.S

Dimensión	Stakeholders	Objetivo	Estrategia	Plazo	Recursos(físicos, humanos, técnicos)	Indicador	Seguimiento
Económica	Gerencia	Involucrar a todos los grupos de interés identificados respondiendo a las expectativas y necesidades de estos en la gestión de la empresa	Elaborar instrumentos o medios para la implementación de la Política de Responsabilidad Social y creación de un comité de ética y RSE	12 Meses	Físicos: instalaciones Humanos: Colaboradores	Planes de atención realizados/planes de atención propuestos*100	Quincenal
	Accionistas	Garantizar el sostenimiento financiero de la empresa	Incrementar los ingresos de la empresa por medio de la planeación y ejecución de nuevos proyectos de construcción	24 Meses	Humanos: Junta Directiva Técnicos: Equipos para el desarrollo de proyectos	Número de proyectos ejecutados/Numero de proyectos planeados*100	Bimensual
	Proveedores	Fomentar la cooperación con los proveedores de interés común como el aprovisionamiento de insumos o el empleo de canales de comunicación, comprometiéndose a trabajar en un campo específico común con el fin de beneficiar a la comunidad.	Implementar mecanismos para evaluar y seleccionar proveedores y subcontratistas teniendo en cuenta aspecto ético, laboral, social y ambiental.	18 meses	Recursos humanos: evaluadores Recursos técnicos: criterios de evaluación	Número de proveedores seleccionados/número de proveedores evaluados*100	Mensual
	Clientes	Evaluar la satisfacción del bien entregado	Encuestas de satisfacción del consumidor	60 Meses	Recursos técnicos: encuestadores	No. De encuestas aplicadas / Total de Clientes*100	Quincenal

Social	Colaboradores	Contar con colaboradores capacitados y con el conocimiento de su quehacer.	Fortalecer el conocimiento, las habilidades y destrezas de los colaboradores, en línea con las necesidades y prioridades de la compañía.	12 Meses	Recursos humanos: Capacitadores	No. De capacitaciones realizadas / Total de Capacitaciones Programadas*100	Trimestral
	Comunidad	Encaminar acciones a favor del bien común	Planear y realizar actividades sociales y/o comunitarias en las que involucra al personal y sus familias.	36 Meses	Recursos Humanos: Profesional en trabajo social	Actividades realizadas/Actividades programadas*100	Mensual
Ambiental	Gobierno	Tomar conciencia de los costos ambientales, con el compromiso de llevar a cabo sus funciones con el menor impacto ambiental y encaminarse hacia un sistema de gestión sostenible y responsable con la vida de las generaciones presentes y futuras.	Identificar aspectos legales en materia ambiental para el desarrollo de los proyectos	60 Meses	Recursos Humanos: ingenieros	Residuos reutilizables/Residuos totales producidos*100	Bimensual

*La Tabla 2, establece los objetivos, estrategias, plazos y Stakeholders e indicadores, que se deben tener en cuenta en el desarrollo del plan de RSE para la empresa García Constructores S.A.S*

*Fuente: Elaboración propia*



#### 4.1. Plan de comunicaciones a los Stakeholders.

*Tabla 3. Plan de comunicaciones a Stakeholders empresa García Constructores S.A.S*

Plan de Comunicaciones García y Constructores S.A.S

DIMENSION	STAKERHOLDERS	FRECUENCIA	MEDIO
ECONOMICO	Gerencia Accionistas Proveedores	Trimestral	Reuniones, Foros
SOCIAL	Colaboradores Comunidad	Semestral	Líneas de atención telefónica, carteleras, Buzón de PQR
AMBIENTAL	Gobierno	Mensual	Conferencias, e-mail

*La tabla 3, muestra establece las relaciones de comunicación, frecuencia y medios de los Stakeholders y la empresa García Constructores S.A.S.*

*Fuente: Elaboración propia*

#### 4.2. Recomendación del modelo de informe RSE

El Modelo de informe de gestión Global Reporting Initiative, es el que más se ajusta al plan de responsabilidad social propuesto para la empresa GARCIA CONSTRUCTORES S.A.S, ya que teniendo en cuenta los ítems que buscan ser mejorados pueden ser calificados y cuantificados por los Estándares GRI que a nivel mundial simbolizan las mejores prácticas para dar a conocer abiertamente a todos los interesados los impactos económicos, ambientales y sociales de una organización.

Este modelo permite elaborar informes de sostenibilidad a partir de diferentes modelos que suministran información clara y precisa sobre todas aquellas contribuciones positivas y

negativas que puede presentar una organización en el proceso de ser de desarrollo sostenible (Global Reporting Initiative, 2019).

“Los Estándares GRI –modulares e interrelacionados– están diseñados principalmente para ser usados en conjunto a la hora de elaborar informes de sostenibilidad centrados en temas materiales. Los tres Estándares Universales son aplicables a cualquier organización que prepare un informe de sostenibilidad. Además, las organizaciones seleccionan de entre los Estándares temáticos para informar acerca de sus temas materiales, ya sean temas económicos, ambientales o sociales” (Global Reporting Initiative, 2019).

## 5. Conclusiones

En el comienzo del curso se propuso una empresa que nos permitiera la elaboración de un plan de RSE, para la cual cada uno de mis compañeros propuso una empresa de diferentes sectores de la economía de la cual tuviéramos fácil y amplio acceso a la información de la compañía y que adicionalmente se pudiera trabajar de una forma muy verídica sobre cómo crear y proyectar un plan de responsabilidad social para la empresa, es por esto que se escogió la empresa García Constructores S.A.S. que cuenta con poco tiempo en el mercado y es una empresa familiar.

Es allí donde redactamos el código de conducta de la empresa García Constructores S.A.S. buscando darle una estructura sólida a la compañía y realmente buscar que prospere dentro de su entorno de competencia. Dando orden y cumplimiento a la elaboración del plan de Responsabilidad social tuvimos que contextualizarnos sobre las diferencias entre RSE marketing social y el Marketing Corporativo y así supimos que perspectiva darle a la empresa García Constructores S.A.S.

Adicionalmente se elaboró el mapa universal de Stakeholders para la compañía García Constructores S.A.S. lo cual abre nuestras mentes a los diferentes entes que son de interés para la compañía y así trabajar de una forma más sincrónica, trabajando juntos por una misma perspectiva. Se diseñó el plan de acción con las estrategias que le permitan a la empresa García Constructores S.A.S. posicionarse en el mercado como una organización social y ambientalmente responsable.

## 6. Bibliografía

[“Alonso, V. \(2006\). Marketing social corporativo: una estrategia de desarrollo comercial en España. \(pp. 11-38\). Recuperado de http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?docID=3199840&ppg=1”](http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?docID=3199840&ppg=1)

[“Arredondo, T., Villa, C. & De la Garza, G. \(2014\). Propuesta para el diseño de un código de ética empresarial basado en la ética kantiana. Recuperado de http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v30n52/v30n52a02.pdf”](http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v30n52/v30n52a02.pdf)

[“Arroyo, R. \(2012\). Habilidades gerenciales desarrollo y destrezas, competencias y actitud, capítulo 2, 3 y 10. Editorial ECOE. Recuperado de http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?docID=10559782&ppg=11”](http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?docID=10559782&ppg=11)

[“Braidot, N. \(2014\). Neuromanagement: la revolución neurocientífica en las organizaciones, del management al neuromanagement. \(pp. 28-35, 431-473\). Recuperado de http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=10&docID=3224821&tm=1510419158573”](http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=10&docID=3224821&tm=1510419158573)

[“Braidot, N. \(2014\). Neuromanagement: cómo utilizar a pleno el cerebro en la conducción exitosa de las organizaciones, capítulo 9. \(pp.233-244\). Editorial Ediciones Granica. Recuperado de http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=3186030&tm=1510595750380”](http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=3186030&tm=1510595750380)

[“Carballo, R. \(2005\). Innovación y gestión del conocimiento: modelo, metodología, sistemas y herramientas de innovación, capítulo 1. Ediciones Díaz de Santo. Recuperado de http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=4183836&tm=1510602265255”](http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=4183836&tm=1510602265255)

“Corredor, C. (2013). Negocios internacionales: fundamentos y estrategias (2a. ed.). (pp. 206-228). Ediciones ECOE. Universidad del Norte. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docID=3224895>”

“Cueto, C. & Cuesta, M. (2017). La administración pública de la responsabilidad social corporativa. Capítulo 1. (p. 13-17) Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=16&docID=4870250&tm=1510368778885>”

“Dávila, L. (2017). OVI – Código de Conducta. [Archivo de video].Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/14162>”

“Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. [N.p.: ECU. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>”

“Gutiérrez, E. (2010). Competencias gerenciales, habilidades conocimiento aptitudes, capítulo 2, 4, 6 y 7. Editorial ECOE. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?docID=10467058&ppg=9>”

“Jarrín, G. (2015). Habilidades gerenciales la gran industria de Quito, capítulo 2. Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?docID=11379275&ppg=5>”

“Lombana, J, G. S & otros. Negocios internacionales: fundamentos y estrategias (2a. edición). (pp.206-228). Ediciones ECOE. Universidad del Norte. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docID=3224895>”

“Malfitano, C., Arteaga, R. & Romano, S. (2007). Neuromarketing: celebrando negocios y servicios, capítulo 9. (pp. 244-245). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?docID=3186030&ppg=1>”

“Narrillos, R. (2013). Economía social: valoración y medición de la inversión social: método SROI. Madrid: Ecobook. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=858381&lang=es&site=eds-live>”

“Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (2014). Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa. Pág. 17-23, 30-31. Recuperado de [http://observatoriorsc.org/wp-content/uploads/2014/08/Ebook\\_La\\_RSC\\_modific.06.06.14\\_OK.pdf](http://observatoriorsc.org/wp-content/uploads/2014/08/Ebook_La_RSC_modific.06.06.14_OK.pdf)”

“Palacios, F., García, D. & Espasandín, F. (2014). Manual práctico de responsabilidad social corporativa: gestión diagnóstico e impacto en la empresa. (pp. 11-28). Madrid, ES: Difusora Larousse - Ediciones Pirámide. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docID=4909723>”

“Prieto, J. (2012). Gestión estratégica organizacional (4a. Edición). [N.p.]: Ecoe ediciones. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=547340&lang=es&site=eds-live>”

“Triana, K. (2017). OVI - Porter´s Five forces. [Archivo de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/12882>”

“Vélez, M. (2011). Un recorrido hacia la responsabilidad social corporativa. (Spanish). Revista Ciencias Estratégicas, 19(25), 55. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edb&AN=64443920&lang=es&site=eds-live>”

## **Anexos**

A continuación se presenta el enlace del video que nos contextualiza sobre las diferencias entre Responsabilidad Social Empresarial, marketing social y el Marketing Corporativo, tema que fue de suma importancia para ubicar la situación de la empresa y así poder enfocarla conforme con lo que se esperara lograr con la compañía.

[https://www.youtube.com/watch?v=yQV\\_qamPNDM](https://www.youtube.com/watch?v=yQV_qamPNDM)